

STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DALAM MENGHADAPI IMPLEMENTASI CAFTA DAN MEA

Y. Sri Susilo¹

Abstract

The implementation of CAFTA has been implemented since January 2010 and the implementation of MEA will be realized in the year 2015. This article aims to provide recommendations in the form of strategies to improve the competitiveness of small business in dealing with the implementation of CAFTA and MEA. Method used in this article writing is by literature review.

In order to remain able to survive and to take advantage of opportunities of the implementation of CAFTA and MEA, then the small business must improve their business competitiveness and their product competitiveness. Employers/owners of small business in their spirit of entrepreneurship and innovation, has to become a driving force to improve their business competitiveness. By improving the business competitiveness then in turn will encourage the creation of product competitiveness. Other things that should be a priority of small business are improving the cooperation among small business units or between the centers of small business and also improving the cooperation network with stakeholders.

The role of government is expected as a complement to encourage the various efforts made by small business to improve their competitiveness. With a conducive business climate created by government, it will facilitate small business to improve their competitiveness. Other stakeholders should improve a partnership which was created by small business, either in the form of education and training, promotion, and other supporting facilities.

Keywords: small business strategy, competitiveness, CAFTA, AEC.

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi (Bank Dunia, 2005). UMKM memegang peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian. Kontribusi termaksud terutama pada penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2005, UMKM di Indonesia mampu menyerap 77.678,498 ribu orang atau sebesar 96,77% dari total tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha skala kecil, menengah, dan besar (Sri Susilo, 2007a). Dari sisi jumlah unit usaha dan tenaga kerja yang mampu diserap maka UMKM jauh lebih besar dari usaha besar. Di sisi lain, dalam hal penciptaan nilai tambah bagi Produk Domestik Bruto (PDB) maka usaha besar (UB) jauh lebih besar daripada UMKM.

Masalah yang masih dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya produktivitas (Sri Susilo, 2005; Anonim, 2004). Hal tersebut berkaitan dengan: (i) rendahnya kualitas sumberdaya manusia usaha skala mikro, dan (ii) rendahnya kompetensi kewirausahaan usaha skala mikro. Di samping itu, UMKM menghadapi pula faktor-faktor yang masih menjadi kendala dalam peningkatan daya saing dan kinerja UMKM. Faktor-faktor termaksud adalah

¹ Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, email : yssusilo@gmail.com

(Sri Susilo, 2007b): (i) terbatasnya terhadap akses permodalan², (ii) terbatasnya terhadap akses ke pasar, dan (iii) terbatas akses informasi mengenai sumberdaya dan teknologi.

Berkaitan dengan perdagangan bebas, sejak Januari 2010 Indonesia telah mulai mengimplementasikan kesepakatan *China ASEAN Free Trade Area* (CAFTA). Salah satu dampak diberlakukannya CAFTA adalah membanjirnya produk-produk China di pasar Indonesia. Produk-produk tersebut termasuk pesaing dari produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM Indonesia, seperti misalnya produk keramik, pakaian jadi, produk alas kaki (sepatu/sandal), mebel, dan produk kerajinan. Hal tersebut merupakan tantangan bagi produk-produk UMKM. Di sisi lain diberlakukannya CAFTA juga peluang bagi produk-produk UMKM Indonesia untuk masuk ke pasar China. Pasar China dengan jumlah penduduk yang banyak dan pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi merupakan pasar yang sangat potensial bagi produk-produk yang dihasilkan UMKM Indonesia. Demikian pula dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA/AEC, *ASEAN Economic Community*) pada tahun 2015, hal tersebut juga menjadi peluang sekaligus tantangan bagi produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM di Indonesia. Dalam hal ini peningkatan daya saing UMKM menjadi faktor kunci agar mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dari implementasi CAFTA 2010 dan MEA 2015.

Bagaimana strategi yang harus dilakukan agar daya saing UMKM Indonesia dapat ditingkatkan? Jawaban atas pertanyaan ini menjadi fokus artikel ini. Sistematika penulisan artikel ini terdiri dari 5 bagian. Setelah bagian pendahuluan, dilanjutkan dengan bagian yang membahas daya saing UMKM. Bagian ketiga menjelaskan CAFTA dan MEA. Selanjutnya dibahas mengenai strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pada bagian terakhir merupakan penutup untuk melengkapi artikel ini.

METODE

Daya saing perusahaan, termasuk UMKM, tidak terlepas dari konsep daya saing global suatu negara. Bagaimana dengan daya saing global Indonesia? Menurut *World Economic Forum* (WEF), peringkat daya saing global Indonesia tahun 2008 – 2009 adalah 55 dari 134 negara yang disurvei. Survei peringkat daya saing global ini dilakukan setiap tahun. Pada tahun 2007 – 2008 peringkat Indonesia adalah 54, dengan demikian terjadinya penurunan peringkat. Selanjutnya untuk tahun 2010 – 2011 peringkat Indonesia mengalami kenaikan menjadi 44, setelah periode sebelumnya pada peringkat 54. Di tingkat ASEAN, peringkat Indonesia lebih baik dibanding peringkat Vietnam (59), Filipina (85), dan Kamboja (109). Namun, Indonesia berada di bawah Singapura (3), Malaysia (26), Brunei (28), dan Thailand (38).

Daya saing dalam pengertian WEF adalah daya saing suatu negara atau perekonomian, bukan daya saing produk (Tambunan, 2008c). Dengan demikian pengertian daya saing ini tidak hanya relevan untuk perdagangan internasional tetapi juga untuk investasi. Negara dengan indeks daya saing global (*global competitiveness index*, GCI) yang tinggi akan lebih menarik bagi investor asing dibandingkan negara dengan GCI yang lebih rendah. Laporan tahun WEF dan laporan Bank Dunia yaitu *Doing Business*, termasuk sumber

² Permasalahan ini terkait dengan profil dari debitur-debitur usaha skala mikro yang kurang atau bahkan tidak *bankable* atau tidak memenuhi persyaratan-persyaratan teknis perbankan. Hal ini menyebabkan aspek kelayakan (*feasibility*) debitur dari usaha skala mikro terabaikan (Kantor Bank Indonesia Palembang, 2007).

informasi yang digunakan oleh calon investor asing mengenai negara-negara tujuan investasi mereka.

Menurut Tambunan (2008a), UMKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh: (1) kecenderungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume produksi, (2) pangsa pasar domestik dan atau pasar ekspor yang selalu meningkat, (3) untuk pasar domestik, tidak hanya melayani pasar lokal saja tetapi juga nasional, dan (4) untuk pasar ekspor, tidak hanya melayani di satu negara tetapi juga banyak negara. Dalam mengukur daya saing UMKM harus dibedakan antara daya saing dan daya saing perusahaan. Daya saing produk terkait erat dengan daya saing perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing sebuah produk diantaranya adalah: (1) pangsa ekspor per tahun (% dari jumlah ekspor), (2) pangsa pasar luar negeri per tahun (%), (3) laju pertumbuhan ekspor per tahun (%), (4) pangsa pasar dalam negeri per tahun (%), (5) laju pertumbuhan produksi per tahun (%), (6) nilai atau harga produk, (7) diversifikasi pasar domestik, (8) diversifikasi pasar ekspor, dan (9) kepuasan konsumen.

Indikator-indikator tersebut adalah indikator dasar dan selanjutnya daya saing produk dapat dihitung dengan berbagai metode seperti (Tambunan dan Nasution, 2006): (1) *revealed comparative advantage (RCA)*, (2) *domestic resources cost (DRC)*, dan (3) *effective rate of protection (ERP)*. Metode yang lain misalnya (Tambunan, 2008a): (1) *constant market share (CMS)*, (2) *similarity index*, (3) *complementary index*, dan (4) *export product dynamics*.

RCA berperan untuk mengukur kinerja ekspor produk atau komoditas suatu negara dengan mengevaluasi peranan produk tersebut dalam perdagangan internasional. Kemudian DRC merupakan metode perhitungan rasio manfaat biaya yang mewakili nilai sosial dari penggunaan sumber daya dalam negeri per unit devisa yang dihasilkan dari ekspor produk-produk tertentu. ERP adalah alat analisis yang mampu mengindikasikan pengalokasian sumber daya yang dipengaruhi oleh struktur proteksi yang diterapkan.

Dewasa ini hampir semua pemerintah daerah telah mengembangkan produk atau komoditas unggulan daerah. Kriteria produk unggulan adalah (Tambunan dan Nasution, 2006): (1) menggunakan bahan baku lokal, (2) sesuai dengan potensi dan kondisi daerah, (3) memiliki pasar yang luas, (4) mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, (5) merupakan sumber pendapatan masyarakat, (6) volume produksi yang cukup besar dan kontinyu, (7) merupakan ciri khas daerah, (8) memiliki daya saing relatif tinggi, dan (9) dapat memacu perkembangan komoditas yang lain. Penetapan produk unggulan tentu juga harus didasarkan pada keunggulan bersaing produk tersebut dibandingkan dengan produk sejenis di luar daerah atau bahkan produk sejenis di pasar internasional. Jika upaya mengembangkan komoditas unggulan tersebut dikerjakan dengan sungguh-sungguh maka tidak mustahil nantinya akan muncul komoditas daerah yang mempunyai daya saing di pasar internasional.

Selanjutnya hasil kajian dari Pusat Inovasi MKM APEC melakukan studi daya saing global UMKM di 13 negara, termasuk Indonesia (Tambunan, 2008b). Di dalam studi ini, tingkat daya saing diukur dengan indeks yang dikembangkan berdasarkan sejumlah faktor diantaranya: (1) jenis teknologi, serta (2) metode produksi yang diterapkan dan jenis produk yang dibuat. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa Indonesia termasuk Negara yang UMKM-nya berdaya saing rendah (skor 3,5 dari nilai skor 1,0 – 10,0), sedangkan daya saing UMKM Hongkong-China, Amerika Serikat, Taiwan, dan Australia tergolong tinggi. Sedangkan peringkat daya saing Negara ASEAN lainnya, seperti Singapura, Malaysia,

Thailand, dan Filipina, diatas peringkat Indonesia. Peringkat China juga sedikit di atas peringkat daya saing global UMKM Indonesia.

HASIL

Berbicara mengenai CAFTA, tidak terlepas kesepakatan *ASEAN Free Trade Area* (AFTA). Kemudian dibentuknya AFTA tidak terlepas dari pembentukan ASEAN (*Association of South East Asian Nations*). Demikian juga pembentukan MEA tentu tidak terlepas dari pembentukan ASEAN dan kesepakatan AFTA. ASEAN yang dibentuk pada tahun 1967 merupakan salah satu kawasan yang paling dinamis dan berkembang paling cepat, paling tidak sampai sebelum terjadinya krisis keuangan yang terjadi pada tahun 1997/1998. Pada awalnya ASEAN didirikan oleh 6 (enam) anggota yang juga sebagai pemrakarsa berdirinya AFTA yaitu Brunei, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand. Kemudian Vietnam bergabung pada tahun 1995 dan diikuti oleh Laos, Myanmar, dan Kamboja. Meskipun demikian, karena praktis hampir semua negara anggota ASEAN membuat produk-produk yang sama, maka terjadi persaingan yang ketat antarmereka sehingga keberadaan ASEAN tidak terlalu signifikan bagi peningkatan volume perdagangan di dalam ASEAN (Tambunan, 2004). Oleh karena itu dibentuk AFTA yang disepakati dalam Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN ke-4 di Singapura pada tahun 1992 dengan tujuan menciptakan pasar bersama.

Dalam deklarasi tersebut terdapat 2 dokumen penting dalam bidang ekonomi. Pertama, kerangka persetujuan peningkatan kerja sama ekonomi ASEAN. Kedua, persetujuan dasar tentang tarif preferensi efektif bersama (CEPT) yang merupakan kesepakatan ASEAN untuk mewujudkan AFTA melalui proses penurunan tarif secara bertahap sesuai skema CEPT sebagai mekanisme utamanya. Menurut kesepakatan awal, AFTA akan dicapai dalam jangka waktu 15 tahun sejak 1 Januari 2003 dan berlaku penuh pada tahun 2008. Sasaran penurunan tarif impor sampai mencapai 0% hingga 5%, namun akhirnya disepakati dipercepat menjadi tahun 2003 (Tambunan, 2004). Dalam implementasinya terbatas pada jenis komoditas yang dikehendaki oleh masing-masing Negara. Jika suatu komoditas atau industri domestik dianggap belum siap, maka Negara anggota AFTA dapat menunda pengurangan tarif terhadap komoditas tersebut. Terkait dengan hal tersebut dapat dilakukan melalui 3 pilihan yaitu: (1) tidak mengikutsertakan untuk sementara, (2) masuk dalam daftar komoditas-komoditas pertanian sensitif, atau (3) pengecualian secara umum. Pada awalnya disepakati untuk memasukkan 15 kategori produk dalam skema CEPT tersebut (Amir, 2000). Komoditas tersebut mencakup kelompok minyak nabati, semen, produk kimia, produk farmasi, pupuk, produk plastik, produk karet, produk kulit, pulp, tekstil, keramik dan produk kaca, barang perhiasan, kawat las dari tembaga, elektronika, serta mebel kayu dan rotan.

Dalam perjalanan waktu, program AFTA tidak lagi hanya melakukan pengurangan tarif impor, namun juga mengurangi segala macam hambatan non tarif, menyeragamkan sistem kepabeanan, penilaian dan prosedur, dan bersama-sama membangun produk yang bersertifikasi. Bahkan negara-negara anggota ASEAN juga membuat suatu kesepakatan bersama untuk meliberalisasi perdagangan jasa (Alijoyo *et al.*, 2003). Selanjutnya AFTA diperluas dengan membuka kesepakatan dengan China dan kemudian lahirlah CAFTA. Pada dasarnya kesepakatan CAFTA tidak berbeda dengan kesepakatan ekonomi regional lainnya, seperti *Asia Pacific Economic Cooperation* (APEC) dan *North American Free Trade Area* (NAFTA). Negara-negara anggota AFTA membuat kesepakatan dengan China untuk membuat skema penurunan tarif secara bertahap, sehingga hambatan perdagangan barang dan

jasa serta arus investasi diantara mereka menjadi minimal. Salah satu konsekuensinya adalah produk-produk China relatif mudah masuk ke pasar negara-negara AFTA dan sebaliknya.

Selanjutnya pada tahun 2007, seluruh anggota ASEAN sepakat untuk segera mewujudkan integrasi yang lebih nyata dan *meaningful* melalui Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau *ASEAN Economic Community* (AEC). Tujuan MEA adalah (Departemen Perdagangan RI, 2010): (1) menjaga stabilitas politik dan keamanan regional ASEAN, (2) meningkatkan daya saing kawasan secara keseluruhan di pasar dunia, (3) mendorong pertumbuhan ekonomi, dan (4) mengurangi kemiskinan dan meningkatkan standar hidup penduduk negara ASEAN. MEA adalah bentuk integrasi ekonomi ASEAN yang akan dicapai pada tahun 2015. Untuk mewujudkan MEA tersebut telah disepakati *AEC Blueprint* sebagai acuan seluruh anggota dalam mengimplementasikan komitmen MEA. Pada tahun 2015, jika MEA terwujud, maka ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana arus barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terampil yang bebas, serta arus modal yang lebih bebas diantara Negara ASEAN.

PEMBAHASAN

UMKM di Indonesia selama ini digunakan sebagai instrumen kebijakan sosial atau kebijakan untuk mengurangi pengangguran atau kemiskinan (Tambunan, 2008b). Dengan demikian UMKM tidak dilihat sebagai kelompok bisnis murni. Agar UMKM dapat maju dan berkembang maka kelompok usaha ini harus dipandang dan ditanggapi sebagai kelompok bisnis murni. Artinya UMKM dapat tumbuh dan berkembang harus sepenuhnya dikarenakan kreativitas atau inovasi dari pengusaha/pemilik, bukan karena didorong-dorong atau “dipaksa” hidup oleh berbagai program atau skim-skim kredit atau bantuan khusus dari pemerintah. Ini artinya jika sebuah UMKM mati dikarenakan kalah bersaing, maka pemerintah tidak perlu memaksakan untuk menghidupkan kembali. Dalam bisnis hal tersebut adalah hal yang biasa, ada yang mati, berkembang, dan bahkan merosot.

Implikasi dari perubahan paradigma dari orientasi sosial ke orientasi pasar dan daya saing adalah bahwa kebijakan UMKM harus menekankan sejumlah prinsip dasar, diantaranya sebagai berikut (Tambunan, 2010): (1) Bisnis adalah tetap bisnis, jika seseorang membuka UMKM sendiri namun terpaksa tutup karena kalah bersaing, tidak perlu dibantu untuk dihidupkan kembali. Pada dasarnya UMKM jangan dipaksa bertahan jika memang barangnya tidak lagi disukai oleh konsumen. (2) Hanya UMKM yang memiliki potensi pasar karena punya keunggulan komparatif dan kompetitif yang perlu dibantu oleh pemerintah, jadi prinsip yang berlaku adalah “*picking the winners*”. (3) Fokus bantuan yang diberikan kepada UMKM harus pada pengembangan teknologi dan inovasi. (4) Pemberian kredit bagi UMKM tidak merupakan komponen yang paling penting. Pengalaman menunjukkan UMKM yang mulai dan atau berkembang dengan sendirinya akan didatangi oleh perbankan. (5) Bantuan pada UMKM tidak bersifat protektif, dalam konteks ini sejalan dengan prinsip yang bisa maju adalah UMKM yang mampu bersaing bebas dalam kondisi pasar non-diskriminasi.

Dalam konteks untuk meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia ada hal penting yang harus dilakukan oleh pemerintah. Tugas pemerintah termaksud adalah (Tambunan, 2008b): (1) Menghilangkan segala hambatan yang bersifat *artificial* terhadap pertumbuhan UMKM, untuk itu kebijakan pemerintah harus bersifat netral terhadap semua jenis atau skala usaha. (2) Tidak ada salahnya pemerintah menerapkan kebijakan proteksi terhadap usaha-usaha skala kecil yang baru tumbuh, namun jangka waktunya harus jelas dan tidak lama serta kebijakan ini harus bersifat pembelajaran. Berkaitan dengan proses pembelajaran, pemerintah

dapat membantu meningkatkan daya saing UMKM melalui lewat proses *capacity building*. Hal ini terkait dengan penentu daya saing dari perusahaan adalah perusahaan itu sendiri dan pelaku kuncinya adalah pengusaha dan pekerja. Di dalam UMKM pengusaha atau pemilik merupakan penggerak utama perusahaan. Dalam hal ini kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan jiwa inovatif dari pengusaha yang didukung oleh keahlian atau ketrampilan para pekerja adalah sumber utama peningkatan daya saing UMKM. Agar pengusaha dan pekerja UMKM dapat berperan dengan optimal, paling tidak ada 5 prasyarat utama yaitu mereka sepenuhnya memiliki (Tambunan, 2008a; Tambunan, 2008b): (1) pendidikan, (2) modal, (3) teknologi, (4) informasi, dan (5) input krusial lainnya.

Pemenuhan kelima prasyarat utama tersebut sifatnya harus dinamis, dalam arti harus mengikuti (Tambunan, 2008b): (1) perubahan pasar (selera konsumen dan tekanan persaingan), (2) perubahan ekonomi nasional dan global, (3) kemajuan teknologi, dan (4) penemuan-penemuan material baru untuk produksi. Bukan hal yang mudah bagi UMKM untuk memenuhi kelima prasyarat tersebut. Harus digarisbawahi bahwa pemenuhan kelima prasyarat utama tersebut adalah tanggungjawab sepenuhnya UMKM. Bagaimana cara memenuhi adalah bagian strategi yang harus dilakukan oleh UMKM. Strategi yang harus dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saingnya terdiri dari 2 komponen. Komponen yang pertama adalah strategi untuk memenuhi kelima prasyarat utama tersebut. Pertanyaannya adalah bagaimanakah pengadaan pendidikan, modal, teknologi, informasi, dan input secara kontinyu dan efisien? Komponen kedua adalah strategi untuk menggunakan secara optimal kelima prasyarat tersebut menjadi produk yang kompetitif. Khusus komponen yang kedua, perhatian harus difokuskan kepada peningkatan kemampuan produksi dan kemampuan pemasaran. Upaya peningkatan kemampuan produksi termasuk peningkatan teknologi dan kemampuan disain produk. Selanjutnya upaya peningkatan kemampuan pemasaran termasuk promosi, distribusi, dan pelayanan purna jual. Harus diakui sebagian besar UMKM di Indonesia lemah dalam penguasaan teknologi dan juga dalam strategi pemasaran.

Berkaitan dengan pengembangan UMKM di Indonesia, terutama untuk meningkatkan daya saing di pasar global, maka Tim Peneliti ISEI (2010) merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut: (1) Banyaknya bantuan kepada UMKM uang tidak tepat sasaran, berpotensi *overlapping* dan menimbulkan *moral hazard*. Untuk itu perlu dilakukan adalah koordinasi bantuan kepada UMKM sehingga tepat sasaran, pendisiplinan kementerian/lembaga pemberi bantuan untuk melakukan inovasi dalam menyusun skema bantuan. Hal lain adalah bantuan pelatihan teknis produksi, keuangan, pemasaran, dan kewirausahaan perlu ditingkatkan kuantitas dan kualitasnya. Selanjutnya keikutsertaan UMKM dalam promosi untuk menembus pasar internasional perlu ditingkatkan frekuensinya. (2) Diperlukan insentif untuk diversifikasi produk, pengkayaan desain, dan hak paten untuk produk UMKM. Untuk itu diperlukan kebijakan insentif fiskal dan non-fiskal bagi pengembangan industri kreatif dan pengusaha pionir. Di samping itu juga perlu dilakukan perlindungan dan sosialisasi mengenai hak paten. (3) mendorong penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan usaha UMKM. Untuk itu diperlukan alokasi APBN kementerian/lembaga bagi UMKM dalam bentuk akses internet yang memadai dan biaya langganan yang terjangkau. Dengan jaringan internet yang tersedia akan memudahkan UMKM untuk memperoleh bahan baku dan memasarkan produknya. (4) Pemberian suku bunga khusus dan skema pembiayaan yang lebih baik khususnya untuk UMKM yang menghasilkan produk yang prospek tinggi di pasar internasional. Di samping itu juga perlu dilakukan penyederhanaan prosedur penyaluran kredit.

KESIMPULAN DAN PENUTUP

Implementasi CAFTA telah dijalankan sejak Januari 2010 dan implementasi MEA akan terealisasi pada tahun 2015. Dengan implementasi CAFTA dan MEA maka UMKM di Indonesia akan menghadapi tantangan dan sekaligus memperoleh peluang. Agar tetap mampu bertahan dan dapat memanfaatkan peluang maka UMKM harus meningkatkan daya saing perusahaan maupun daya saing produknya. Agar daya saing UMKM dapat meningkatkan maka kunci utamanya pada UMKM sendiri khususnya pengusaha/pemilik UMKM dengan dukungan para pekerjanya. Pengusaha/pemilik UMKM dengan jiwa kewirausahaan dan jiwa inovasi yang dimiliki, harus mampu menjadi motor penggerak untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dari meningkatnya daya saing perusahaan maka pada gilirannya akan mendorong terciptanya daya saing produk. Hal lain yang harus menjadi prioritas UMKM adalah meningkatkan kerjasama antar unit UMKM atau antar sentra UMKM dan juga meningkatkan jaringan kerjasama dengan *stakeholders*.

Bagaimana dengan peran pemerintah dalam meningkatkan daya saing UMKM. Peran pemerintah diharapkan sebagai komplementer untuk mendorong berbagai upaya yang telah dilakukan UMKM untuk meningkatkan daya saingnya. Dengan iklim usaha yang kondusif yang diciptakan oleh pemerintah, maka akan memudahkan UMKM untuk meningkatkan daya saing, baik daya saing perusahaan maupun daya saing dari produk yang dihasilkan. *Stakeholders* yang lain harus meningkatkan jalinan kerjasama yang telah dibuat dengan UMKM, dikarenakan dukungan dari *stakeholders* baik dalam bentuk pendidikan/pelatihan/penyuluhan, promosi, dan fasilitasi lainnya terbukti mampu mendorong upaya meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alijoyo, F.A., Agung, A.M.L., dan Alwi, J.R., 2003, *Leaping to The Next Curve, Perjalanan PTPN 13 Menuju Organisasi Kelas Dunia*, Cetakan I, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Amir, M.S, (2000), *Seluk-Beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri*, Seri Bisnis Internasional No. 4, Penerbit PPM, Jakarta.
- Anonim, 2004, "Pengkajian Usaha Mikro di Indonesia (2004)", *Himpunan Abstrak Hasil Penelitian Koperasi dan UKM*. Diakses dari <http://www.smedec.com> pada tanggal 23 Januari 2008.
- Bank Dunia, 2005, "Mendukung Usaha Kecil dan Menengah", *Policy Brief*. Diakses dari <http://www.worldbank.or.id> pada tanggal 20 Juli 2005.
- Departemen Perdagangan, 2010, *Menuju ASEAN Economic Community 2015*, Departemen Perdagangan RI, Jakarta. Diakses dari <http://www.depdag.go.id> pada tanggal 8 September 2010.
- Hafsah, M.J., 2004, Upaya Pengembangan UKM, Infokop Nomor 25 Tahun 2004, 40 – 44. Diakses dari <http://www.depkop.go.id> pada tanggal 8 September 2010.

- Hamid, E.S., Sriyana, J., Sri Susilo, Y., 2010, “ Strategi Pengembangan Model Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi DIY”, *Laporan Penelitian*, PP ISEI dan ISEI Cabang Yogyakarta. (tidak dipublikasikan).
- Kantor Bank Indonesia Palembang, 2007, *Laporan Perkembangan Ekonomi dan Keuangan Daerah Propinsi Kep. Bangka Belitung Triwulan II 2007*, ”Suplemen 2: Mengkonsolidasikan Dukungan terhadap UMKM”. Diakses dari <http://www.bi.go.id> pada tanggal 6 September 2010.
- Ritonga, J.T., 2007, “Mendefinisi Ulang UMKM”, *Waspada Online*, 6 Oktober 2007. Diakses dari <http://www.waspada.co.id> pada tanggal 5 September 2008.
- Setyari, N.P.W., 2005, “Dinamika Pengembangan UMKM di Indonesia”, *Working Paper*, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Sri Susilo, Y., (2007a), “Pertumbuhan Usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya”, *Eksekutif*, Volume 4, Nomor 2, Agustus 2007, hal. 306 – 313
- Sri Susilo, Y., (2007b), “Masalah dan Dinamika Usaha Kecil: Studi Empiris Pedagang “Klithikan” di Alun-alun Selatan”, *Jurnal Ekonomi*, Tahun XII/01/2007, hal. 64 – 77
- Sri Susilo, Y., (2005), “Strategi Survival Usaha Mikro Kecil (Studi Empiris Pedagang Warung Angkringan di Yogyakarta)”, *Telaah Bisnis*, Vol. 6 No. 2, Desember 2005, hal. 161 – 178
- Tambunan, T., dan Nasution, F., 2006, “Pengkajian Peningkatan Daya Saing UKM yang Berbasis Pengembangan Ekonomi Lokal”, *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*, Nomor 2 Tahun I, 26 – 40. Diakses dari <http://www.depkop.go.id> pada tanggal 7 September 2010.
- Tambunan, T.T.H., 2010, “Paradigma Terhadap Peran UMKM di Indonesia Harus Dirubah”, *Editorial Agustus 2010*, Center for Industry, SME & Business Competition Studies, Universitas Trisakti. Diakses dari http://www.fe.trisakti.ac.id/pusatstudi_industri/ pada tanggal 9 September 2010.
- Tambunan, T.T.H., 2008a, “Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM”, *Background Study*, RPJM Nasional Tahun 2010-2014 Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM Bappenas. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 8 September 2010.
- Tambunan, T.T.H., 2008b, “Masalah Pengembangan UMKM di Indonesia: Sebuah Upaya Mencari Jalan Alternatif”, *Makalah*, Forum Keadilan Ekonomi, Institute for Global Justice. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 6 September 2010.
- Tambunan, T.T.H., 2008c, “Daya Saing Global Indonesia 2008-2009 versi World Economic Forum (WEF)”, *Makalah*, Kadin Indonesia. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 6 September 2010.

Tambunan, T.T.H., 2006, *Development of Small Medium Enterprises in Indonesia from the Asia Pacific Perspective*, LPFE Usakti, Jakarta.

Tambunan, T.T.H., 2004, *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*, Cetakan I, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Tim Peneliti ISEI, 2010, “Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia”, *Ringkasan Eksekutif*, Sidang Pleno ISEI XIV, Bandung 20 – 22 Juli 2010.

World Economic Forum, 2010, *The Global Competitiveness Report 2010-2011*, World Economic Forum, Geneva.

World Economic Forum, 2009, *The Global Competitiveness Report 2009-2010*, World Economic Forum, Geneva.